

Данильченко А. В.

Белорусский государственный университет,
доктор экономических наук, профессор

Ху Цзюньжун

Кандидат экономических наук (Пекин)

ОСОБЕННОСТИ ТРАНСНАЦИОНАЛИЗАЦИИ КИТАЙСКИХ КОМПАНИЙ НА ОСНОВЕ ЭКСПОРТА КАПИТАЛА И ТЕХНОЛОГИЙ

В результате рыночных реформ под контролем государственных органов, создания свободных экономических зон и активного привлечения прямых иностранных инвестиций (ПИИ) КНР прошла ускоренную индустриализацию. Китайские компании благодаря ПИИ не только приобрели относительно передовые производственные технологии, но хорошо усвоили современную технику менеджмента и маркетинговый инструментарий. Став производственным цехом массового и трудоемкого промышленного производства для США, Японии и других индустриальных стран (ИС), КНР достигла достаточно высокого уровня экономического развития, стала располагать собственными возможностями экспорта технологий и капитала, которые составляют суть современного процесса транснационализации.

Однако дальнейшее развитие процессов транснационализации будет зависеть от потребности зарубежных рынков в сравнительно устаревших по меркам не только ИС, но и других менее развитых стран технологиях китайских компаний. Следует учитывать и возрастающие издержки производства (в частности, уровень заработной платы), обусловленные ускоренным экономическим развитием КНР.

Поэтому одним из основных условий экономического роста является поиск менее развитых в технологическом плане рынков сбыта, а также стран с более низкими, чем в КНР, издержками производства. Именно по этой причине особое место в крупномасштабной экспан-

сии на мировые товарные рынки китайских компаний занимают развивающиеся страны.

Хотя китайские компании в подавляющем большинстве используют производственные технологии, первоначально созданные в ИС и уже достаточно устаревшие, они обладают конкурентоспособностью на рынках целого ряда развивающихся и особенно наименее развитых стран. Сравнительная конкурентоспособность обусловлена значительным опытом управления в условиях низкого уровня социально-экономического развития, а также использованием небольших производственных мощностей и сырья, наиболее соответствующих условиям местных рынков.

Таким образом, конкурентные преимущества китайских производителей складываются из опыта промышленного производства, низкой стоимости продукции и адаптивных возможностей.

Как известно, большинство технических нововведений в ИС разрабатываются в соответствии со стандартами и условиями функционирования высокоразвитой экономики. Например, при разработке машиностроительной продукции предполагается, что изношенные части будут заменяться, а не ремонтироваться в ИС, поскольку ремонтные (трудоемкие) работы там относительно дороги, а стоимость запасных частей низка. В этом плане меньше всего пользы слаборазвитым странам могут принести ПИИ, связанные с технологиями, не отвечающими особенностям слаборазвитых стран. Товары и технологии КНР намного ближе к потребностям и особенностям таких государств, что обуславливает активный рост числа китайских инвесторов и производителей на их рынках. Условия на внутреннем рынке КНР во многом характеризуются теми же требованиями к масштабам операций и применению капитала, использованию рабочей силы и материалов, что и на рынках многих развивающихся стран. Соответственно, адаптация, необходимая для эффективной деятельности, требует от китайских производителей значительно меньше усилий, чем от компаний из индустриальных стран.

В зарубежных производственных подразделениях китайских компаний, как правило, используются капитальное оборудование и ад-

министративный персонал из КНР, имеющие меньшую стоимость по сравнению с западными аналогами. Тем самым и средние факторные издержки, характерные для Китая, способствуют повышению конкурентоспособности китайских продуктов и технологий.

В результате ПИИ из КНР более благожелательно воспринимаются развивающимися странами и рассматриваются как меньшая угроза для их суверенитета, чем иностранные инвестиции из индустриальных держав.

В свою очередь, активной транснационализации КНР способствует и тот факт, что китайские компании более конкурентоспособны по сравнению с большинством местных производителей из развивающихся стран, так как являются технологически значительно более развитыми. Речь идет о таких базовых отраслях, как строительство, ирригация, энергетика, текстильная промышленность и др. Реализуя стратегию транснационализации, сопряженную с экспортом производственных технологий в том числе, КНР способствует интенсификации промышленного, технологического и социально-экономического развития слаборазвитых стран. Так, в ходе второго Форума китайско-африканского сотрудничества был одобрен целый ряд инвестиционных проектов КНР в Африке: в Нигерии (строительство сахарного заводов), в Эфиопии (строительство сахарного и цементного заводов), в Руанде (строительство цементного завода) и др. Особое внимание в инвестиционном сотрудничестве уделяется текстильной отрасли [1]. Ведь китайские производители часто сталкиваются с различного рода ограничениями в международной торговле, а поэтому в Африке создаются совместные текстильные предприятия. Это позволяет экспортировать произведенную на Африканском континенте продукцию на американский рынок, с одной стороны, в обход торговых ограничений, а с другой — используя возможности рамочной программы по развитию стран Африки [2].

Помимо транснационализации базовых и традиционных отраслей промышленности наблюдается тенденция роста китайских ПИИ в отраслях с более высокой добавленной стоимостью, что связано с переориентацией производителей КНР с экспорта дешевых, относительно

несложных изделий к поставкам за рубеж сложно- и высокотехнической продукции.

Данные структурные изменения вызываются двумя причинами: 1) в результате роста заработной платы в КНР происходит перебазирование трудоемкого производства дешевой продукции в другие страны; 2) это целенаправленная государственная поддержка отраслей, выпускающих товары с высокой добавленной стоимостью. Так, за 2005 г. прирост экспорта по отдельным видам сложно- и высокотехнической продукции из КНР составил: автодорожные транспортные средства — 148,6 %; комплектующие для автомобилестроения — 51,9 %; суда — 50,1 %; наукоемкая продукция электронной промышленности — 34 %; ПЭВМ и телекоммуникационное оборудование — 30,4 %. Рост же традиционного китайского экспорта — одежды и игрушек — замедлился: соответственно 19,7 % и 4 % [3, с. 16]. Если дешевая экспортная продукция, например игрушки, практически исчерпала возможности для дальнейшего роста рыночной доли, то сложная продукция пока завоевала лишь небольшую долю мирового рынка, и поэтому сохраняется значительный потенциал для ее дальнейшего достаточно интенсивного роста. Последнее обуславливает изменения и в структуре транснационализации, которая во все большей степени ориентирована на поддержку экспортных поставок китайских производителей товаров с более высокой добавленной стоимостью. Явно эта тенденция прослеживается в отношении машиностроения, а в частности — прекрасных перспектив китайского автомобилестроения.

Как известно, в машиностроении конкурентоспособность во многом зависит от масштаба производства, а значит от объемов сбыта продукции. С целью преодоления различного рода таможенно-тарифных и административных барьеров проникновения на зарубежные рынки и закрепления на них своих стратегических позиций китайские компании все чаще переходят от экспорта готовой продукции к осуществлению ПИИ в создание зарубежных предприятий. При этом, как показали исследования специалистов, на начальных этапах транснационализации китайские компании, как правило, направляют ПИИ

лишь на развитие зарубежной сбытовой системы, что позволяет повысить контроль над зарубежными продажами, а также их прибыльность. Аналогичной стратегии придерживаются и ведущие японские автомобилестроительные компании. Производственные же подразделения учреждаются в тесной кооперации с зарубежными партнерами на принципах аутсорсинга. Подобный подход позволяет китайским производителям без значительных инвестиционных затрат, как справедливо отмечает Д. С. Калинин, осуществлять географически широкую международную экспансию [4]. В последние годы значительно увеличилось количество инвестиционных проектов с участием китайских компаний, направленных на создание зарубежных объектов производственного назначения. Если раньше зарубежная производственная активность в большинстве случаев проявлялась в направлении стран, уровень социально-экономического развития которых ниже или сопоставим с КНР (Россия, Украина, Иран, Венесуэла и др.) [4], то сейчас ориентиры несколько сместились в сторону более развитых стран, обладающих емкими рынками.

По мере роста потребительских и технико-экономических показателей китайской сложно- и высокотехнической продукции все большее внимание производителей КНР стало уделяться странам Северной Америки и ЕС.

Одним из первых масштабных проектов по организации китайского производственного предприятия в США является строительство завода по сборке дорожно-строительной техники компании «Sany Heavy Industry», нацеленного на весь североамериканский рынок, которое получило одобрение правительства КНР на осуществление зарубежных капиталовложений в данный проект, что является важным шагом в его реализации. Согласно стратегии компании, проект предполагает поэтапное инвестирование и освоение рынка. Первоначально «Sany Heavy Industry» планирует вложить в строительство завода 9 млн долларов США, в последующие три года — еще 50 млн долларов [5], а через пять лет капиталовложения в производственные мощности этого американского подразделения планируется довести до 500 млн долларов США. По оценкам экспертов, реализация

указанного проекта позволит китайскому производителю в течение последующих пяти лет получить доход в сумме 4 млрд долларов США и войти в число 500 крупнейших компаний в мире [6, с. 12].

На наш взгляд, подобная масштабная инвестиционная активность китайских производителей в освоении зарубежных рынков представляет собой часть их глобальной стратегии по уменьшению зависимости от внутреннего рынка КНР, характеризующегося острой конкуренцией.

Очевидно, что китайские производители в значительной степени уже переросли начальную стадию своего международного развития. Современный этап их зарубежной активности характеризуется углубленным вовлечением в международные рынки, широкомасштабной инвестиционной деятельностью и постепенной трансформацией в крупные транснациональные бизнес-структуры. Посредством углубления транснационализации китайские производители получают возможность еще более расширять свою экспортную деятельность, закрепляться на крупнейших рынках сбыта, а также повышать свою международную конкурентоспособность.

Оценивая процессы транснационализации в промышленном секторе на основе взаимосвязанного экспорта технологий и капитала в Китае, можно отметить целый ряд характерных особенностей. Первоначально транснационализация в форме экспорта технологий (зачастую не самых передовых) при стратегической поддержке государства реализуется в отношении слаборазвитых стран, не имеющих собственной промышленной, технологической и кадровой базы. Осуществляя масштабные инвестиционные проекты в этих странах, КНР выступает в роли технологически и финансово передовой стороны. Китайские прямые инвестиции за рубеж, направляемые на развитие промышленной базы слаборазвитых стран, как правило, сопровождаются экспортом оборудования, произведенного в КНР, а также рабочей силы соответствующей квалификации. Благодаря такому взаимодействию КНР создает стратегическую основу долгосрочных отношений в сфере промышленности и технологий. Содействуя экономическому развитию слаборазвитых стран, КНР форми-

рует для себя новые и потенциально емкие рынки сбыта китайских товаров, технологий, рабочей силы, а также закрепляет свое экономическое и политическое влияние на их территории.

Что касается транснационализации по обеспечению роста товарного экспорта путем создания зарубежной сбытовой сети, то она значительно отличается от предыдущей стратегии. Как правило, она связана с товарами с более высокой добавленной стоимостью, а значит и с другими странами-реципиентами, находящимися на более высоком уровне социально-экономического развития. Первоначально такими странами выступали государства с уровнем развития, сопоставимым с КНР, где потребительские требования и доходы населения невысоки. Однако по мере повышения качества изготавливаемой продукции китайские компании все больше ориентируются на наиболее емкие и платежеспособные рынки. С целью проникновения и закрепления своих рыночных позиций китайские компании делают ставку на формирование зарубежной сбытовой и послепродажной системы обслуживания, контролируемой китайскими субъектами хозяйствования.

В данном направлении задействованы и государственные и крупные частные компании КНР.

Литература

1. Китогам саммита Китай — Африка // Бюл. иностр. коммерч. информ. — 2006. — № 132. — С. 1,3-4.
2. Дегтерев, Д. Китай-Африка: важные аспекты отношений / Д. Дегтерев // Мировая экономика и междунар. отношения. — 2005. — № 5. — С. 84-91.
3. Структура и сдвиги в китайском экспорте // Бюл. иностр. коммерч. информ. — 2006. — № 92. — С. 16.
4. Калинин, Д. С. Формирование стратегии интернационализации машиностроительных предприятий Республики Беларусь: дис.... канд. экон. наук: 08.00.14 / Д. С. Калинин. — Минск, 2008. — 178 л.
5. Планы китайской компании «Sany» в отношении американского рынка // Бюл. иностр. коммерч. информ. — 2006. — № 132. — С. 10.
6. Состояние рынка дорожно-строительной техники КНР // Бюл. иностр. коммерч. информ. — 2007. — № 135. — С. 12.